

8. Паламарчук К. М. Творчість Клопштока і духовна музика Австрії і Німеччини другої половини XVIII – початку XIX століть. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2011. № 27. С. 292-300.
9. Полтавський М. А. История Австрии: в 2 ч. Москва, 1992. Ч. 1. 443 с.
10. Пушнова Ю. Б. История мировых религий. Москва, 2005. 168 с.
11. РЕЛІГІЯ-СВІТ-УКРАЇНА. Колективна монографія в 3-х книгах. Книга 3: Релігійні процеси в перспективі їх виявів. / За наук. ред. А. Колодного і Л. Филипович. Київ, 2012. 550 с.
12. Річинський А. Всенародні співи в українській церкві. Збірка загально-доступних церковних співів для сільських хорів, для шкіл і народу. Володимир Волинський, 1925.
13. Тейлор А. Дж. П. Габсбурзька монархія 1809 – 1918. Історія Австрійської імперії та Австро-Угорщини. Львів, 2002. 268 с.
14. Цольнер Е. Історія Австрії. Львів, 2001. 712 с.
15. Pfeiffer J. Dichtkunst und Kirchenlied. Über das geistliche Lied im Zeitalter. Hamburg, 1961. 204 p.

#### References

1. Vinter E. (1964). Josephism and Modernity. Problems of religion history and atheism, 12, 72-80 [in Russian].
2. Hrushevskyi M. S. (1994). History of Ukrainian literature. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
3. Zhalovaga A. S. (2008). Anthropological nature of Christianity. Kyiv [in Ukrainian].
4. Kartashev A. V. (1943). Church and nationality. Way, 44, 3-14 [in Russian].
5. Mitrofanov P. P. (2003). The history of Austria from the earliest times to 1792 year. Moscow: Editorial [in Russian].
6. Neretina S. S., Ogurtsov A. P. (2000) The time of culture. Saint Petersburg: Ateleya [in Russian].
7. Palamarchuk K. M. (2011). Catholic church art of Austria of the XVIII-XIX centuries: stylistic tendencies. Art-sculptures, 20, 328 – 335 [in Ukrainian].
8. Palamarchuk K. M. (2011). The art of Klopstock and the sacred music of Austria and Germany in the second half of the XVIII and the beginning of the XIX centuries. Current problems of the history, theory and practice of artistic culture, 27, 292 – 300 [in Ukrainian].
9. Poltavsky M. A. (1992). History of Austria. Vol 1. Moscow: RAS [in Russian].
10. Pushnova Y. B. (2005). History of World Religions. Moscow: Vladpres [in Russian].
11. Kolodnyy A., Philipovich L. (2012). Religion – world – Ukraine. Religious processes in terms of their expressions. Ukrainian religious studies. Kyiv: [N.p.] [in Ukrainian].
12. Richinsky A. (1925). National songs in the Ukrainian church. Collection of commonly available church chants for village choirs, for schools and people. Vladimir Volynsky [in Ukrainian].
13. Taylor A. J. P. (2002). Habsburg Monarchy 1809 - 1918. The History of the Austrian Empire and Austro-Hungary. Lviv: VNTL-Classical [in Ukrainian].
14. Tsolner E. (2001). Austrian history. Lviv: Chronicle [in Ukrainian].
15. Pfeiffer J. (1961). Dichtkunst und Kirchenlied. Über das geistliche Lied im Zeitalter. Hamburg : Wittig.

*Стаття надійшла до редакції 26.11.2018 р.*

УДК 316.77:355.488 (477)

**Парфенюк Ігор Миколайович**  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
декан факультету журналістики  
та міжнародних відносин  
Київського університету культури  
parfeniuk10@gmail.com  
ORCID 0000-0001-6203-2356

## ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ В ЕПОХУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

**Мета** статті – з'ясувати специфіку трансформації культурних цінностей в епоху інформаційних війн. **Методологія** дослідження. Методом індукції на прикладі інформаційно-психологічних операцій та війн доведено ключову роль культури під час цілеспрямованого інформаційного впливу. **Наукова новизна** полягає у виявленні взаємозалежності між інформаційним та культурним простором під час стандартних і стратегічних інформаційних війн, а також обґрунтуванні положення про те, що інформаційний агресор, змінюючи інформаційний простір, поступово досягає змін у культурному. **Висновки.** Зміна культурних цінностей часто відбувається внаслідок ведення стратегічних інформаційних війн. Вплив на культуру, насамперед, пов'язаний із поширенням невибагливої масової культури з певним ідеологічним наповненням. Масова культура – ефективний інструмент інформаційної війни. Її переваги в тому, що вона не лише приносить прибуток і в найдоступнішій формі подає потрібну інформацію, а й усуває й замінює цінності національних культур, що робить об'єкти інформаційної агресії уразливими й слабкими. Продукти масової культури поширюються за допомогою ЗМІ, Інтернету, естради, літератури, кінематографа, комп'ютерних ігор тощо. Всі ці засоби мають велику популярність і є доступними для широких верств населення. За їхньою допомогою чужі культурні елементи інтегруються в культурне середовище об'єкта агресії, сприймаються як нові, «модні» й поступово замінюють або трансформують певні невідповідні для суб'єктів інформаційного впливу культурні компоненти. Відповідно, зміни в культурі об'єкта інформаційного впливу відбуваються в залежності від змін у культурно-інформаційному просторі. Цілеспрямовані зміни в культурному середовищі об'єкта впливу дають можливість інформаційному агресору скоригувати усталені переконання, моделі поведінки, світогляд. Тому для захисту від інформаційних атак необхідно забезпечити функціонування ефективних способів захисту свого культурного простору, а саме: дієву законодавчу базу з потужними механізмами охорони культурних цінностей, постійний моніторинг та аналіз зовнішніх і внутрішніх інформаційно-комунікаційних джерел, створення позитивної репутації країни, сприяння виробництву й розвитку власного культурного продукту.

**Ключові слова:** інформаційні війни; культура; культурні цінності; трансформація.

*Парфенюк Ігорь Николаевич, кандидат наук по социальным коммуникациям, декан факультета журналистики и международных отношений Киевского университета культуры*

**Трансформація культурних цінностей в епоху інформаційних війн**

**Цель** статті – вивчити специфіку трансформації культурних цінностей в епоху інформаційних війн. **Методологія** дослідження. Методом індукції на прикладі інформаційно-психологічних операцій і війн доведена ключова роль культури при цілеспрямованому інформаційному впливі. **Наукова новизна** полягає в виявленні взаємозв'язку між інформаційним і культурним простором при стандартних і стратегічних інформаційних війнах, а також обґрунтуванні положення про те, що інформаційний агресор, змінюючи інформаційне середовище, поступово досягає змін у культурному. **Висновки**. Зміна культурних цінностей часто відбувається в результаті ведення стратегічних інформаційних війн. Вплив на культуру, перш за все, пов'язаний з поширенням неприхотливої масової культури з певним ідеологічним наповненням. Масова культура – ефективний інструмент інформаційної війни. Її перевага в тому, що вона не тільки приносить прибуток і в найлегшій формі надає потрібну інформацію, але й усуває і замінює цінності національних культур, що робить об'єкти інформаційної агресії уразливими і слабкими. Продукти масової культури поширюються за допомогою ЗМІ, Інтернету, естради, літератури, кінематографа, комп'ютерних ігор і тому подібне. Всі ці засоби користуються великою популярністю і доступні для широких шарів населення. З їх допомогою чужі культурні елементи інтегруються в культурне середовище об'єкта агресії, сприймаються як нові, «модні» і поступово замінюють або трансформують певні компоненти. Відповідно, зміни в культурі об'єкта інформаційного впливу відбуваються залежно від змін у культурно-інформаційному просторі. Цілеспрямовані зміни в культурному середовищі об'єкта впливу дають можливість інформаційному агресору скорректировать встановлені переконання, моделі поведінки, світогляд. Тому для захисту від інформаційних атак необхідно забезпечити функціонування ефективних способів захисту свого культурного простору, серед яких: ефективна законодавча база з потужними механізмами захисту культурних цінностей, постійний моніторинг і аналіз зовнішніх і внутрішніх інформаційно-комунікаційних джерел, створення позитивної репутації країни, вплив на виробництво і розвиток власного культурного продукту.

**Ключові слова:** інформаційні війни; культура; культурні цінності; трансформація.

*Parfenyuk Igor, Ph.D. in Social Communications, Dean of the Faculty of Journalism and International Relations, Kiev University of Culture*

**Transformation of cultural values in the era of information wars**

**The purpose of the article** is to clarify the specifics of the transformation of cultural values in the era of information wars. Research **methodology** by the method of induction, by the example of information-psychological operations and wars, the key role of culture in the purposeful informational influence is proved. **The scientific novelty** consists in identifying the relationship between the information and cultural space during standard and strategic information wars, as well as the rationale that the information aggressor, changing the information space, is gradually achieving changes in the cultural one. **Conclusions**. Changes in cultural values often occur as a result of strategic information wars. The impact on culture is primarily associated with the spread of unpretentious mass culture with certain ideological content. A mass culture is an effective tool of information warfare. Its advantages are that it not only makes a profit and in the most accessible form provides the necessary information, but also eliminates and replaces the values of national cultures, which makes the objects of information aggression vulnerable and weak. Mass culture products are distributed through the media, the Internet, variety, literature, cinema, computer games and the like. All these tools are very popular and accessible to the general population. With their help, alien cultural elements are integrated into the cultural environment of the object of aggression, are perceived as new, "fashionable" and gradually replace or transform certain cultural components that are disadvantageous to subjects of information influence. Accordingly, changes in the culture of the object of information impact occur depending on changes in the cultural and information space. Purposeful changes in the cultural environment of the object of impact enable the information aggressor to correct the well-established beliefs, behavioral patterns, worldview. Therefore, to protect against information attacks, it is necessary to ensure the functioning of effective ways to protect your cultural space, including: an effective legislative framework with powerful mechanisms for the protection of cultural values, constant monitoring and analysis of external and internal information and communication sources, creating a positive reputation of the country, promoting production and development own cultural product.

**Key words:** information wars; culture; cultural values; transformation.

Актуальність теми дослідження. Говорячи про сучасність, завжди виникає питання, відколи й за якими критеріями варто розпочинати її відлік; але найчастіше говорять про нашу епоху тоді, коли на передній план усіх суспільних процесів виходить інформація, яка стає одним із найвпливовіших ресурсів, товаром, засобом і зброєю.

Зародження сучасної епохи варто пов'язувати з розвитком і змінами в капіталістичній системі, які стають помітними у другій половині ХХ ст. Тоді в розвинутих країнах починає формуватися суспільство, яке сьогодні прийнято називати інформаційним, постіндустріальним, споживацьким або суспільством знань. Ця доба особлива, адже розвиток інформаційної сфери вплинув на всі процеси, а силове вирішення питань поступово почало відігравати другорядну роль, виступаючи лише додатковим засобом для вирішення конфліктів. Натомість активно використовуються способи інформаційно-психологічного впливу, що дає підстави називати сучасність епохою інформаційних війн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першим ученим, який сформулював основні положення й концепцію інформаційної війни, вважається фізик Т. Рона. У контексті різних теоретичних і прикладних наук інформаційні війни вивчали зарубіжні дослідники А. Манойло, А. Петренко, В. Вепринцев, В. Прокоф'єв, Дж. Лакофф, Д. Ронфельд, Д. Фролов, Е. Ріддайр, І. Панарін, М. Волковський, М. Лібікі, Р. Моландер, С. Гриняєв, С. Расторгуєв, а також українські – В. Горбулін, В. Петрик, В. Полевий, Г. Почепцов, Л. Леонтьєва, М. Онишук, О. Саєнко, О. Штоквиш, С. Степанія, Я. Жарков та ін. Зміни в культурних цінностях досліджували в наукових працях В. Шаповалова, В. Надурак, В. Солодова та інші. Однак зміни культури внаслідок цілеспрямованого впливу на культурно-інформаційну сферу під час ведення стратегічних інформаційних війн і досі потребують вивчення.

Мета дослідження – з'ясувати специфіку трансформації культурних цінностей в епоху інформаційних війн.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні прийнято розрізняти два види інформаційних війн: стандартні й стратегічні. Стандартні передбачають вплив на суспільну та індивідуальну свідомість,

спрацьовуючи на основі тих архетипів, норм, цінностей, які вже є в культурному просторі об'єкта впливу. Під час ведення стратегічних інформаційних війн, коли вплив на об'єкт інформаційної агресії здійснюється завдяки перетворенням в інформаційно-культурному середовищі, постає питання трансформації культурних цінностей як одного із основних компонентів регуляції поведінки людини. Вплив на цінності відбувається опосередковано: замінюються їхні зовнішні, поверхневі складові, а врешті-решт культурний простір містить в собі сукупність норм з чужорідними цінностями, оперування якими наближає суб'єкт агресії до запланованої мети – отримання права на використання чи володіння певними матеріальними або нематеріальними ресурсами.

Інструментарій впливу для зміни культурних цінностей ідентичний тому, що використовується під час впливу на культурно-інформаційне середовище, яке є первинним об'єктом агресії, оскільки виконує захисну функцію й перешкоджає стороннім руйнівним діям. Культура трансформується внаслідок зміни культурно-інформаційного простору шляхом застосування інформаційної зброї, під якою слід розуміти засоби цілеспрямованого інформаційного впливу на техніку й людей з метою вирішення завдань сторони, яка здійснює вплив.

Інформаційну зброю поділяють на технічну (програмно-математична, електромагнітного ураження автоматичних систем, радіоелектронної розвідки, фізичного знищення автоматизованих систем тощо) та психологічну (поширення шкідливої для об'єкта впливу інформації через ЗМІ, інтернет тощо, а також застосування психологічних прийомів з використанням навіювання, гіпнозу, маловивчених технік кодування – цифрових наркотиків, 25 кадру та випромінювання – магнітні, торсіонні поля тощо).

Інформаційна зброя вирізняється великою ефективністю й зручністю в застосуванні. Вона діє приховано, не передбачає фізіологічного знищення, але її результатом є зміна культурних цінностей і поведінки людини без фізичного примусу. Такий вид озброєння спроможний трансформувати культурні цінності, змінювати й ламати сценарії життя, притаманні людям певної культури, що призводить до втрати об'єктом інформаційної агресії власної ідентичності.

Суб'єктом, як і об'єктом, стратегічної інформаційної війни може бути окрема особа, організація, група людей, народ, держава, група держав, в залежності від чого вплив здійснюється на індивідуальну, групову (національну) чи міжгрупову (суспільну) культуру й мораль. Фактично йдеться про інформаційну агресію – явище, яке з 1930-х рр. тісно пов'язане з терміном «інформаційна війна». Завдання інформаційних війн – маніпуляція масами, зокрема: внесення в суспільство та індивідуальну свідомість шкідливих ідей та поглядів; дезорієнтація та дезінформація мас; послаблення власних переконань індивідів; залякування образом ворога тощо [3, 142].

Наслідками цілеспрямованої дії на культуру об'єкта інформаційної агресії є заміна традиційних цінностей на чужі, розмиття і втрата самоідентифікації, приналежності до власного культурного спадку. Адаптація до нових суспільно-політичних норм починається з процесу акумуляції – поєднання попередніх стереотипів свідомості з процесом освоєння нових, а вже потім асиміляції – втрати попередніх культурних атрибутів (цінностей, норм, світобачення) й повному переходу на нові. Внаслідок цього перед суб'єктом агресії постає не потужний супротивник, здатний захищати особисті інтереси, що ґрунтуються на власному світобаченні, моралі, ціннісно-культурних переконаннях, а слабкий об'єкт впливу, мораль якого не припускає антагонізму стосовно загарбницьких дій ворога, натомість допускає мовчазне виконання його волі.

Особливістю нової епохи, що полегшує вплив на національні культури, є процес глобалізації світу, який не випадково став предметом гострих теоретичних дискусій: глобалізаційні процеси неоднозначно сприймаються вченими, політиками, культурними та релігійними діячами світу. Адже, крім позитивів глобалізації, таких, як розвиток світової економіки, спільне вирішення загальнопланетарних проблем, посилення міжнародного співробітництва, участь у міжнародному розподілі праці, поширення швидкими темпами сучасних інформаційних технологій, покращення соціального захисту населення тощо, є й негативи: посилення нерівномірності розвитку країн світу, нав'язування більш розвинутими країнами своєї волі менш розвинутих, нераціональна структур господарювання, культурна, політична та економічна залежність.

Особливо гостро для України постало питання культурної глобалізації – активізація культурних взаємозв'язків у світі, інтеграція культур, що призводить до виникнення глобальної масової культури [2, 28]. Дослідники по-різному оцінюють роль масової культури в суспільстві, відзначаючи її позитивність як засобу масової психотерапії, що виконує складні функції адаптації людей до соціокультурних змін, або ж висловлюючи занепокоєння домінуванням масової культури та її впливом на світогляд людей, зокрема дітей і молоді, які в цьому сенсі є найбільш вразливою аудиторією. Пов'язане із глобалізацією поширення інформаційних технологій формує нову інформаційну культуру, де інформація та інформаційні продукти нерідко постають як товар і послуги на економічному ринку і мають різний рівень культурної цінності.

Інформаційна культура – якісна характеристика життєдіяльності людини у сфері створення, обробки, збереження, передання й використання даних (інформаційних ресурсів), де пріоритетними є загальнолюдські духовні цінності [1, 200]. В широкому сенсі – це сукупність принципів і механізмів, що забезпечують взаємодію різних культур, їхнє поєднання в загальний досвід людства. Фундаментом інформаційної культури можуть стати знання про інформаційне середовище, закономірності його

функціонування, уміння орієнтуватися в інформаційних потоках. Інформаційна культура формується за допомогою виховання, власного досвіду, інформаційної політики держави, під впливом телебачення, ЗМІ, інтернету, цифрових та комп'ютерних технологій тощо. Суттєвий вплив на цей процес здійснюють реклама, PR- та політтехнології, інформаційні операції, що виконуються суб'єктами регіонального, державного або світового рівня.

ЗМІ поєднують найпотужніші інструменти формування громадської думки – телебачення, радіо, пресу. Як інструмент інформаційної війни кожен ЗМІ має свою специфіку й сферу впливу. ЗМІ не випадково називають четвертою владою, оскільки вони генерують громадську думку, надають або замовчують інформацію. Міра доступу людей до цього засобу дуже висока, а рівень довіри достатній для проведення інформаційно-психологічних операцій, крім того, є можливість використання маніпуляцій за допомогою особливих способів подання інформації (певний розмір шрифту, колір, звук, візуальні ефекти тощо) залежно від виду ЗМІ. Культурні цінності, що транслюються системою засобів масової інформації, сприяють інтеграції цільової аудиторії в спільний інформаційно-культурний простір, де відбувається формування носіїв певної культури. За допомогою ЗМІ в український інформаційний простір потрапляють іноземні передачі, фільми, музика, що дають змогу долучитися до цінностей та особливостей інших культур, проте часто подібні культурні продукти містять шкідливу складову, що заохочує до нездорового морально-культурного способу життя.

Українські інтернет-медіа сильно інтегровані в російський сегмент глобальної мережі. Загроза такої ситуації полягає в тому, що лише незначна частка блогів ведеться українською мовою, а українці орієнтуються здебільшого на відомих російських блогерів. Україна створює дуже мало власного контенту, споживаючи іноземний, тому всі події інтерпретуються українцями з точки зору світоглядних переконань, далеких від культурних і ціннісних інтересів нашої держави. Інтернет як засіб подання інформації та комунікації, стаючи доступнішим, все частіше впливає на формування поглядів людини з того чи іншого питання. Інтернет-атаки можуть здійснюватися й за допомогою комп'ютерних вірусів. Крім того, останнім часом набула актуальності (особливо під час російсько-грузинської війни, російсько-українського військового конфлікту) інформаційна війна за допомогою інтернет-спільнот. Іншим ефективним засобом інформаційного впливу, здебільшого орієнтованого на молодь, є комп'ютерні ігри. Інформаційна агресія за допомогою цього засобу відбувається за сценарієм комп'ютерної гри. Фактично, гравець перебуває в певному спеціально організованому віртуальному світі, де здобуває досвід за правилами, що чітко прописані сценаристами.

Істотно на формування інформаційної культури впливає й зарубіжна масова література та кінематограф. Їхня дія спроможна викликати в людей потрібні емоції, створювати добрих і поганих героїв, виправдовувати чи засуджувати історичних персонажів. Вплив літератури, поезії, театру вперше яскраво проявився в Стародавній Греції. Досі відома знаменита грецька фраза, що боги спілкуються з людьми через поезію і за її допомогою диктують нам свою думку й закони. Література має багато різновидів і є одним із найдавніших засобів інформаційного впливу. Наукова, філософська, релігійна література сприяє пізнанню людини, формуванню її світобачення, агітаційна та пропагандистська – творить і змінює картину світу, погляди окремих індивідів чи соціальних спільнот. Художня література також є потужним засобом впливу, оскільки використовує широку сукупність засобів, які викликають емоції.

Ще потужнішим засобом впливу на свідомість є кіно. На відміну від літератури, в кіно контакт підсвідомості зі смисловим значенням фільму відбувається на кількох рівнях. Активізуються різні органи чуття – зір і слух. Крім того, значно «підсилює» фільм, надаючи додаткової підтримки в сприйнятті й створюючи додатковий ефект, «музичність» фільму, що не можливе в процесі читання літературно-художнього твору. І тоді уява людини «вмикається» набагато швидше. Тож і вплив на підсвідомість є більш значним.

Таким чином, українські національні культурні здобутки, мораль і світогляд залишаються поза увагою широких мас населення. Інформаційна культура української молоді формується здебільшого за участі зарубіжного масового культурного продукту, часто з сумнівними життєвими цінностями. Загроза полягає в тому, що саме молоде покоління з перейнятими чужими культурно-моральними цінностями визначатиме в майбутньому долю нашої країни.

Наукова новизна полягає у виявленні взаємозалежності між інформаційним та культурним простором під час стандартних і стратегічних інформаційних війн, а також обґрунтуванні положення про те, що інформаційний агресор, змінюючи інформаційний простір, поступово досягає змін у культурному.

Висновки. Зміна культурних цінностей часто відбувається внаслідок ведення стратегічних інформаційних війн. Вплив на культуру, насамперед, пов'язаний з поширенням невибагливої масової культури з певним ідеологічним наповненням. Масова культура – ефективний інструмент інформаційної війни. Її переваги в тому, що вона не лише приносить прибуток і в найдоступнішій формі подає потрібну інформацію, а й усуває й замінює цінності національних культур, що робить об'єктів інформаційної агресії уразливими і слабкими.

Продукти масової культури поширюються за допомогою ЗМІ, Інтернету, естради, літератури, кінематографа, комп'ютерних ігор тощо. Всі ці засоби мають велику популярність і є доступними для

широких верств населення. З їхньою допомогою чужі культурні елементи інтегруються в культурне середовище об'єкта агресії, сприймаються як нові, «модні» й поступово замінюють чи трансформують певні невідгідні для суб'єктів інформаційного впливу культурні компоненти. Відповідно, зміни в культурі об'єкта інформаційного впливу відбуваються в залежності від змін у культурно-інформаційному просторі.

Цілеспрямовані зміни в культурному середовищі об'єкта впливу дають можливість інформаційному агресорові скоригувати усталені переконання, моделі поведінки, світогляд. Тому для захисту від інформаційних атак необхідно забезпечити функціонування ефективних способів захисту свого культурного простору, а саме: дієву законодавчу базу з потужними механізмами охорони культурних цінностей, постійний моніторинг та аналіз зовнішніх і внутрішніх інформаційно-комунікаційних джерел, створення позитивної репутації країни, сприяння виробництву і розвитку власного культурного продукту.

#### **Література**

1. Брижко В. Е-майбутнє та інформаційне право. [2-е вид., доп.]. Київ : НДЦПІ АПрН України, 2006. 302 с.
2. Козлітін В. Д. Основні напрями світових глобалізаційних процесів кінця XX – початку XXI ст., дискусії між глобалістами та антиглобалістами про їх наслідки. Збірник наукових праць. Серія «Історія та географія». 2004. Вип. 17. С. 26–30.
3. Семиколенов В. Н. Влияние информационных технологий на мораль. Культура народов Причерноморья. 2004. № 56, Т. 2. С. 141–145.
4. Сороченко В. Кино как средство информационно-психологической войны. Энциклопедия методов пропаганды. URL: <http://psyfactor.org/kinoprop/kino.htm>. (дата звернення: липень 2018)
5. Червак Б. Як виграти інформаційну війну // Українська правда. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2006/5/29/42237.htm> (дата звернення: 29.05.06).
6. Шерихов А. Война с Украиной: книжная формула «российской дружбы». ФЛОТ. 2017. URL: <http://flot2017.com/item/analitics/4246>. (дата звернення: липень 2018)
7. Шоріна А. Український інформаційний простір: потрібна агресія. Диалог.UA: URL: <http://dialogs.org.ua/ru/project/page9787.html> (дата звернення: 27.05.07).

#### **References**

1. Brizko, V. (2006). E-Future and Information Law. Kyiv: NDTSPI of the APA of Ukraine [in Ukrainian].
2. Kozlitin, V. D. (2004). The main directions of global globalization processes of the late XX - early XXI centuries, discussions between globalists and anti-globalists about their consequences. Collection of scientific works. Series «History and Geography». Vol. 17. pp. 26–30. [in Ukrainian].
3. Semikolenov, V. N. (2004). The influence of information technologies on moral. Culture of the peoples of the Black Sea region. no. 56, vol. 2. pp. 141–145 [in Russian].
4. Sorochenko, V. (2013). Kino as a means of information-psychological war. Encyclopedia of propaganda methods. URL: <http://psyfactor.org/kinoprop/kino.htm> [in Russian].
5. Chervak, B. (2006). How to win an information war. URL: <http://www.pravda.com.ua/news/2006/5/29/42237.htm> [in Ukrainian].
6. Sherikhov, A. (2017). War with Ukraine: the book formula of «Russian friendship». URL: <http://flot2017.com/item/analitics/4246> [in Russian].
7. Shorin, A. (2006). Ukrainian information space: aggression is needed. URL: <http://dialogs.org.ua/en/project/page9787.html> [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 25.09.2018 р.*